

Marketing Digital



Introdução ao CRM



GUIA DA AULA 4



Analise a jornada do consumidor

- **Jornada do consumidor**
- **Jornada do consumidor na prática**



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.



Jornada do consumidor



UNDERSTANDING THE CONSUMER JOURNEY

Chamamos de Jornada do Cliente todo o seu percurso, desde a primeira interação com a empresa até depois da compra de um produto, por exemplo. Cada passo deste percurso gera informações (dados), que ajudam a nos aprofundar e realmente conhecer nosso potencial cliente, para assim, atender suas necessidades e futuramente fidelizá-lo à marca.

Para começar todo o processo de conhecimento do consumidor e saber como agir na jornada do cliente é preciso entender cada passo e quais estratégias usar baseando-se no objetivo da empresa.



UNDERSTANDING THE CONSUMER JOURNEY

Todo ponto de contato com o consumidor, seja um blog, seja um atendimento automatizado, ou até materiais oferecidos de suporte do produto, é chamado de touch point ou ponto de contato. Eles participam das ações e caminhos que o cliente atravessa em seu descobrimento, considerações, fechamento da compra, ou seja, toda a jornada.

O touchpoint é o contato com o produto, com a empresa, e é diferente para cada negócio, então deve ser bem explorado e estudado. Conhecendo seu consumidor e sabendo o que é a jornada do cliente e seus touchpoints, agora é hora de saber detalhadamente o passo a passo da jornada.



UNDERSTANDING THE CONSUMER JOURNEY



#KEEPINMIND

COMO VOCÊ PÔDE PERCEBER, A JORNADA TEM TOTAL RELAÇÃO COM A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE (CUSTOMER EXPERIENCE).

A EXPERIÊNCIA PODE, POR EXEMPLO, TER INÍCIO NO MARKETING BOCA A BOCA OU MESMO POR MEIO DE INDICAÇÕES DE PARCEIROS E PODE SER POTENCIALIZADA COM A AJUDA DA ANÁLISE DE DADOS, FAZENDO COM QUE OS CLIENTES TENHAM UM ATENDIMENTO AINDA MAIS PERSONALIZADO, DE FORMA MAIS RÁPIDA E SIMPLES.



#KEEPINMIND

OFERECER UMA BOA EXPERIÊNCIA É CRUCIAL PARA A JORNADA DO CLIENTE, POIS A PARTIR DA SUA PERCEPÇÃO SOBRE A MARCA, O CONSUMIDOR TOMARÁ DECISÕES, OU SEJA, UMA BOA PERCEPÇÃO É REVERTIDA EM UMA BOA DECISÃO PARA A MARCA.



Jornada do consumidor na prática



A régua de relacionamento é um conjunto de ações, desde o marketing até a fidelização do cliente. Na régua podemos analisar o passo a passo de todo o processo do cliente na empresa e definir quais ações devem ser feitas para melhorar toda essa experiência.

Existem algumas maneiras de aplicar a Régua de Relacionamento e cada uma delas é usada com um objetivo e em uma faixa de clientes:

- POTENCIAIS CLIENTES
- CLIENTES ATUAIS

...



➔ POTENCIAIS CLIENTES

A equipe de marketing precisa coletar dados e informações como produtos vendidos e funcionalidades. A partir dessas informações, é mais fácil identificar o que é um Lead qualificado para a empresa, os custos para a empresa, o tempo de vida do Lead, etc.



...



→ CLIENTES ATUAIS

O objetivo aqui é manter uma melhor relação com o cliente e gerar a melhor experiência possível a ele. Essa relação pode ser feita por e-mails, descontos especiais, comunicação em datas especiais como por exemplo: aniversários e outras comunicações personalizadas (incluindo mensagens de engajamento, em caso de produtos de assinatura ou uso frequente de um produto/serviço).

...



CONSUMER JOURNEY IN PRACTICE



...



Bons estudos!

